

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Industri Kereta Api atau PT INKA Persero merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) manufaktur kereta api terintegrasi pertama di Asia Tenggara yang bekerja sebagai industri pembuatan perkereta apian yang terus mengalami perkembangan. Diawali dengan produk berupa kereta penumpang kelas ekonomi dan gerbong barang hingga kini menjadi industri manufaktur perkereta apian yang modern. Aktivitas bisnis PT INKA Persero berkembang mulai dari penghasil produk dasar menjadi penghasil produk perkereta apian dan transportasi bernilai tinggi. Selain kereta, PT INKA Persero juga membuat beberapa produk pengembangan sesuai dengan kebutuhan pasar seperti Lokomotif, Kereta Berpenggerak, Kereta Khusus Kedinasan dan *Articulated Bus*. Saat ini PT INKA Persero mengalami perkembangan yang pesat ditandai dengan berhasilnya melakukan ekspor produk ke berbagai negara di Asia, hal tersebut tidak lepas dari peranan humas yang dapat mengenalkan perusahaan atau produk baik didalam maupun diluar negeri.

Public Relations atau yang kita kenal dengan sebutan humas, sebagai ilmu terapan mengkaji bagaimana mewujudkan keharmonisan antar suatu lembaga atau perusahaan dengan khalayaknya, mempelajari secara teoritis bagaimana menciptakan citra perusahaan yang baik kepada pihak – pihak yang berpengaruh terhadap lembaga atau perusahaan. Citra yang baik merupakan salah satu alat yang penting, bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau jasa, melainkan juga dapat memperbaiki sikap kepuasan pelanggan terhadap perusahaan. Tidak hanya pelanggan, humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero juga memiliki peran untuk memberikan informasi kepada khalayak yang tidak bertujuan untuk mencapai hasil penjualan. Peran humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero dalam menciptakan citra perusahaan dilakukan dengan membuat berbagai macam inovasi seperti, pembuatan *Company Profil*, publikasi, konferensi pers hingga melakukan ekshibisi dan pameran produk.

Seiring perkembangan zaman, masyarakat menjadi lebih bijak dan kritis dalam memberikan penilaian terhadap kinerja dari sebuah perusahaan. Hal ini tidak terlepas dari program-program perusahaan yang dapat menjadi salah satu tolak ukur penilaian masyarakat dalam membentuk citra perusahaan. Membentuk serta mempertahankan citra positif bagi perusahaan bukanlah hal yang mudah, sumber daya manusia yang kompeten dan profesional dibidangnya juga menjadi acuan perusahaan dalam membentuk dan mempertahankan citra.

Citra perusahaan dan publik merupakan dua elemen yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya, karena dapat dipastikan keduanya akan berhubungan dan saling berkaitan. Citra akan terbentuk dari penilaian publik terhadap sebuah perusahaan baik secara pelayanan ataupun tanggung jawab sosial yang telah dilakukan. Maka dari itu setiap perusahaan berkeinginan untuk memiliki citra perusahaan yang positif di mata publiknya, dengan begitu perusahaan akan lebih mudah dalam meningkatkan mobilitas ekonomi perusahaan baik yang bergerak di bidang pelayanan barang ataupun jasa. Sadar atau tidak sadar, perusahaan sudah memiliki citra sendiri yang melekat padanya. Ada banyak cara yang dapat dilakukan dalam membentuk maupun mempertahankan citra sebuah perusahaan, salah satunya adalah dengan melakukan aktivitas komunikasi melalui publikasi sebagai bagian dari peran *Public Relations*.

Pembentukan citra perusahaan dapat dilakukan melalui aktivitas komunikasi publik internal dan publik eksternal. Publik internal adalah mereka yang terlibat dalam pekerjaan internal perusahaan seperti, karyawan, manajer, pemegang saham, direksi perusahaan dan perusahaan lainnya, sedangkan publik eksternal adalah khalayak yang tidak berkaitan langsung dengan perusahaan seperti pers, pemerintah, komunitas, dan masyarakat disekitar perusahaan. Dalam aktivitasnya sehari-hari, Humas sangat membutuhkan wadah atau biasa disebut media komunikasi dalam melakukan sebuah publikasi. Dewasa ini, Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero lebih memilih mempublikasikan seluruh informasi menggunakan media massa karena ruang lingkupnya sangat besar dalam mempengaruhi masyarakat. Akan tetapi pengaruh dan bentuk opini masyarakat tidak selalu positif. Dalam aktivitas publikasi, media yang dijadikan wadah publikasi lebih cenderung kepada media cetak dan media online (*new media*). Hal

ini Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero akan lebih banyak membangun relasi dengan para pers atau wartawan dan turut serta dalam pemanfaatan teknologi baru di era digital yaitu media sosial dalam menjangkau masyarakat modern di berbagai lapisan masyarakat.

Humas yang memiliki tanggung jawab dalam penyampaian informasi kepada publik secara lisan, tertulis, maupun gambar mempunyai pengertian yang benar mengenai perusahaan dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan PT Industri Kereta Api (INKA) Persero. Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero membuktikan bahwa membangun hubungan baik dengan publik melalui penyampaian informasi dengan kegiatan eksternal menggunakan komunikasi langsung dan tidak langsung dirasa efektif untuk memunculkan kesadaran publik akan perusahaan. Ada beberapa kegiatan eksternal yang dilakukan oleh humas PT Industri Kereta Api Industri Kereta Api (INKA) Persero meliputi kunjungan industri atau *factory visit*, pemanfaatan media online atau media sosial serta mengikuti berbagai kegiatan ekshibisi dan pameran yang berfokus dibidang pelayanan jasa transportasi guna mencapai target sasaran yang lebih luas.

Sebagai contoh kasus, PT Industri Kereta Api (INKA) adalah salah satu BUMN (Badan Usaha Milik Negara) banyak publik menyalahartikan dan sulit membedakan antara PT Industri Kereta Api (INKA) Persero dan PT KAI. Masih banyak publik yang sulit membedakan keduanya, padahal keduanya jelas berbeda dari segi lingkup pekerjaannya. PT Industri Kereta Api (INKA) Persero sendiri merupakan industri manufaktur perkeretaapian atau dapat dikatakan pembuat kereta api yang beberapa dijual dan dioperasikan oleh PT KAI sebagai perusahaan jasa operasional kereta api. Dari permasalahan tersebut dapat dilihat bahwa fungsi dari penyampaian informasi sendiri memegang peran penting dalam hal ini. Bagaimana menyampaikan informasi kepada publik agar mengedukasi sekaligus meningkatkan kesadaran publik akan perusahaannya.

Pada umumnya Humas merupakan bidang yang sangat diperlukan dalam suatu perusahaan. Baik dalam hal yang bertujuan untuk komersial maupun non-komersial. Departemen Humas di PT Industri Kereta Api (INKA) Persero adalah salah satu bagian diluar produksi, bukan suatu bagian yang tidak penting melainkan

termasuk dalam divisi pendukung dalam Perusahaan yang dapat menunjang kebutuhan – kebutuhan lain yang bertujuan untuk penjualan. Seperti yang dilakukan Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero yaitu mengikuti berbagai macam kegiatan ekshibisi produk atau pameran – pameran khususnya dalam bidang jasa transportasi. Tujuan dari mengikuti kegiatan tersebut tidak lain juga untuk menjalin relasi dengan publik eksternal hingga calon konsumen. Kegiatan pameran ini dimulai dari mempersiapkan bentuk, desain, serta individu – individu yang dapat merepresentasikan perusahaan dalam pameran. Dimulai dari pembuatan iklan dan publikasi keikutsertaan perusahaan dalam pameran, melakukan konferensi pers, menyertakan semua informasi perusahaan melalui artikel, katalog, miniatur produk hingga menampilkan video profil perusahaan dan video produk – produk yang akan dipromosikan. Dengan demikian perusahaan dapat memberi informasi dan menerima umpan balik secara langsung dari publik eksternal dan melakukan evaluasi untuk memenuhi kebutuhan publik eksternal maupun calon konsumen.

PT Industri Kereta Api (INKA) Persero adalah salah satu perusahaan yang sadar akan pentingnya peran humas disuatu perusahaan. Hal tersebut terlihat karena humas yang dimiliki oleh perusahaan tidak hanya memfokuskan kepada penjualan. Dari hasil observasi, penulis menemukan berbagai informasi dan metode – metode yang digunakan oleh humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menjabarkan lebih luas dengan bentuk penelitian yang berjudul **“Peran Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero”**. Informasi dari hasil observasi yang telah dilakukan, penulis akan mendeskripsikan praktek – praktek Kehumasan yang telah dilakukan oleh PT Industri Kereta Api (INKA) Persero.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian yang telah di paparkan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana peran humas PT. Industri Kereta Api (INKA) Persero?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan peran yang dilakukan humas PT. Industri Kereta Api (INKA) Perero.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui Penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat untuk perkembangan pengetahuan ilmiah dan beberapa kepentingan, antara lain:

1. Manfaat akademis, Untuk menambah pengetahuan dalam ruang lingkup kehumasan khususnya mengetahui praktek kerja humas di PT Industri Kereta Api (INKA) Persero.
2. Manfaat praktis, Bagi praktisi Humas sebagai saran masukan guna menunjang kinerja humas sesuai dengan tugas dan fungsinya.

